

e-Commerce



MUJERES RURALES
*con necesidades educativas
o de inserción laboral*



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

Contenidos

Unidad 1: El comercio electrónico. e-Commerce

- 1.1. Definición de comercio electrónico
- 1.2. Historia del comercio electrónico
- 1.2. El comercio electrónico en España
- 1.3. Ventajas del comercio electrónico
- 1.4. Casos de éxito

Unidad 2: Tipos de comercio electrónico

- 2.1. Introducción
- 2.2. Business to consumer (B2C)
 - 2.2.1. Elementos y funciones de una tienda online
 - 2.2.2. Modelos de negocio del B2C
 - 2.2.3. Ventajas del B2C
 - 2.2.4. Inconvenientes del B2C
- 2.3. Business to business (B2B)
 - 2.3.1. El B2B en España
 - 2.3.2. Ventajas del B2B
 - 2.3.3. Ejemplo
- 2.4. Customer to customer (C2C)
 - 2.4.1. Ventajas del C2C
- 2.5. Customer to business (C2B)

Unidad 3: Creación de un e-Commerce

- 3.1. Introducción
- 3.2. Plan estratégico e-Commerce
- 3.3. Plataformas e-Commerce
 - 3.3.1. Saas y Cloud Solutions
 - 3.3.2. Marketplaces verticales y horizontales
 - 3.3.3. Soluciones Open Source
 - 3.3.4. Desarrollo a medida
 - 3.4.2. Consideraciones útiles para el enfoque
- 3.4. Medios de pago y seguridad
 - 3.4.1. Formas de pago más empleadas en internet

Unidad 4: Usabilidad de una tienda online

- 4.1. Definición
- 4.2. Componentes de la usabilidad
- 4.3. El diseño, clave de la usabilidad
- 4.4. Técnica de Eye Tracking
- 4.5. Registro de usuarios
- 4.6. Dominio
 - 4.6.1. Tipos de dominio
 - 4.6.2. Hosting

Unidad 5: La marca y el marketing

- 5.1. La marca
- 5.2. Características de la marca
- 5.3. Marketing
- 5.4. Publicidad digital
 - 5.4.1. Conceptos básicos
 - 5.4.2. Las redes sociales
 - 5.4.3. E-mail marketing
- 5.5. Posicionamiento web
 - 5.5.1. SEO
 - 5.5.2. SEM

Objetivos

- ▶ Establecer las características básicas del comercio electrónico y discernir entre cuáles son las oportunidades que el sector nos ofrece estudiando las estadísticas del e-commerce en España.
- ▶ Definir los distintos tipos de comercio electrónico en función de los actores participantes en el proceso de compra/venta, así como estudiar cuáles son las características más peculiares de cada uno de ellos.
- ▶ Conocer los distintos elementos básicos que debemos tener en cuenta a la hora de comenzar un e-commerce y cómo podemos programarlos y planificarlos.
- ▶ Definir qué es la marca y la importancia dentro de un negocio, en este caso negocio electrónico, para así poder obtener dominio/s que nos sean de ayuda y nos identifiquen.
- ▶ Definir las estrategias y herramientas más comunes que podemos llevar a cabo en los negocios electrónicos en el área de marketing.

